

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dengan berbagai suku dan keunikan alam yang terdapat di Indonesia, menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisatawan yang cukup diminati, terbukti menurut *kompas.com* yang terbit pada tanggal 2 April 2014 menyebutkan bahwa Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang saat itu dijabat oleh Mari Elka Pangestu, pariwisata di Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pertumbuhan pariwisata yang bagus di antara negara-negara keanggotaan G20. Seperti yang diberitakan di *international.kompas.com* G20 adalah kelompok 20 ekonomi utama yang terdiri dari 19 negara ditambah dengan Uni Eropa. Kelompok ini terbentuk pada tahun 1999. Kelompok ini menguasai 90 persen total produk nasional bruto (GNP). G20 pun menguasai 80 persen total perdagangan dunia dan dua pertiga penduduk dunia. Selain Indonesia, lima negara Asia lainnya yang menjadi anggota G20 adalah Arab Saudi, China, India, Jepang, dan Korea Selatan. Hal tersebut merupakan suatu peluang dan tantangan yang harus dihadapi oleh industri pariwisata di Indonesia. Pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan seiring dengan jumlah peningkatan wisatawan asing yang datang ke Indonesia.

Perkembangan pariwisata dewasa ini kadang hanya mementingkan keuntungan dari sisi ekonomi, padahal terdapat aspek-aspek yang harus menjadi perhatian pengelola. Aspek-aspek yang seharusnya dapat menjadi suatu kesatuan pada saat proses pembangunan dan perkembangan itu terjadi, seperti aspek lingkungan, sosial dan budaya masyarakat sekitar. Masyarakat yang ada di sekitar kawasan pembangunan dan perkembangan wisata sering menjadi komunitas yang tidak diperhitungkan oleh pihak pengelola. Padahal dengan adanya proyek pembangunan dan pengembangan suatu kawasan khususnya pariwisata diharapkan mampu membantu perekonomian masyarakat. Namun pihak pengelola beranggapan bahwa masyarakat tidak memiliki keahlian yang sesuai dengan pembangunan dan perkembangan kawasan wisata tersebut, sehingga pihak pengelola lebih memilih sumber daya yang bukan berasal dari masyarakat lokal

setempat. Sudah seharusnya pemerintah dan pengelola bekerja sama dengan meningkatkan keahlian masyarakat sekitar kawasan wisata menjadi masyarakat yang lebih produktif dan sadar wisata.

Masyarakat merupakan aspek penting dalam pembangunan dan pengembangan kawasan wisata. Masyarakat pula yang akan merasakan dampak yang ditimbulkan dari adanya pembangunan dan pengembangan kawasan wisata. Tidak jarang pihak pengelola dan masyarakat lokal terjadi perselisihan, masyarakat yang merasa aktivitasnya terganggu karena tidak dilibatkannya mereka dalam pembangunan wisata, tidak jarang menutup akses menuju kawasan wisata tersebut. Sehingga wisatawan yang datang berkunjung merasa terganggu dengan adanya hal tersebut. Sehingga dapat membentuk citra yang kurang baik bagi suatu kawasan wisata tersebut. Dengan kurangnya lapangan pekerjaan yang disediakan pihak pengelola akan masyarakat lokal, dapat meningkatkan kriminalitas di daerah kawasan wisata tersebut, sehingga wisatawan enggan datang berkunjung karena merasa kamanan dan kenyamanannya merasa terganggu. Sedangkan dalam bukunya Sosiologi Pariwisata, Pitana (2005, hlm. 111) menyatakan bahwa:

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dobrak yang luar biasa, yang mampu membuat masyarakat setempat mengalami metamorphose dalam berbagai aspeknya.

Salah satu pembangunan kepariwisataan yang melibatkan masyarakat yaitu konsep *Community Based Tourism* atau sering disingkat CBT, konsep ini diharapkan mampu menguntungkan berbagai pihak yang terkait dalam pembangunan suatu kawasan wisata. CBT sendiri dapat memberikan kesempatan pada masyarakat lokal dalam mengontrol dan terlibat dalam manajemen pembangunan pariwisata, selain itu masyarakat lokalpun mendapat keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil. CBT sendiri merupakan pariwisata berkelanjutan yang memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT mampu mendukung pengentasan kemiskinan dengan mendorong pemerintah dan masyarakat untuk tetap menjaga sumber daya alam dan budaya. Timothy dalam jurnal Sri Endah Nurhayati yang berjudul *Community Based*

Tourism (CBT) sebagai Pendekatan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan, menyatakan:

CBT berkaitan erat dengan adanya partisipasi dari masyarakat lokal. Menurut Timothy (1999:372) partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri dari dua perspektif yaitu dalam partisipasi lokal dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi lokal berkaitan dengan keuntungan yang diterima masyarakat dari pembangunan pariwisata.

Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang sangat berkembang saat ini, berbagai pembangunan proyek wisata dan akomodasi dibangun di berbagai daerah di Kota Bandung, selain banyak destinasi wisata yang dapat dikunjungi, Bandung juga merupakan salah satu kota kreatif. Sebagai salah satu kota yang memiliki julukan Kota Kreatif di Indonesia, Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Salah satu bukti bahwa Bandung merupakan Kota yang kreatif terlihat dari perkembangan kuliner dan mode di Kota Bandung, tidak dapat dipungkiri pula Bandung mendapat julukan *Paris van Java* atau Parisnya Pulau Jawa, banyak ditemui *factory outlet* di sekitar Bandung dan *cafe-cafe* yang membanjiri Kota Bandung. Hal-hal tersebut membuat kunjungan wisatawan yang datang ke Bandung cukup meningkat.

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bandung Selama Lima Tahun Terakhir

Tahun	Wisatawan		
	Mancanegara	Domestik	Jumlah
2009	168.712	2.928.157	3.096.869
2010	180.603	3.024.666	3.205.269
2011	194.062	3.882.010	4.076.072
2012	158.848	3.354,857	3.513.705
2013	170.982	3.726.447	3.897.429

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2014

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Bandung selalu mengalami peningkatan jumlah wisatawan tiap tahunnya, namun penurunan yang cukup signifikan terlihat pada tahun 2012, namun pada tahun 2013 terjadi lagi peningkatan jumlah wisatawan. Hal tersebut membuktikan bahwa Bandung menjadi salah satu destinasi yang diminati wisatawan, hal tersebut pula yang memicu pengelola industri wisata untuk mengembangkan usahanya.

Dago, salah satu kawasan yang berada di Bandung ini cukup tersohor bagi kalangan wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Kawasan yang berada di utara Bandung ini menjadi primadona oleh wisatawan, karena terdapat beberapa *factory outlet*, *cafe*, hotel, kawasan wisata dan beberapa instansi lainnya. Wisata belanja dan wisata kuliner merupakan dua jenis wisata yang ada di Dago. Hal tersebut mengundang pihak *developer* untuk membangun dan mengembangkan beberapa proyek wisata. Menurut data yang diperoleh dari Profil dan Tipologi Kelurahan Dago tahun 2014, terdapat beberapa tempat prasarana hiburan di Kelurahan Dago, di antaranya:

Tabel 1.2. Prasarana Hiburan di Kelurahan Dago tahun 2014

Uraian	Jumlah
Taman	3
Tempat Pertunjukan Tradisional	1
Toko Souvenir	2
Hotel	5
Penginapan	3
Sanggar Seni	1
Bioskop	0

Sumber: Profil dan Tipologi Kelurahan Dago 2014

Dari tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa jumlah hotel lebih banyak dibandingkan dengan tempat pertunjukan tradisional, taman dan sanggar seni. Padahal beberapa tempat tersebut memiliki fungsi sosial budaya. Taman bisa menjadi salah satu sarana sosialisasi masyarakat, sedangkan tempat pertunjukan tradisional dan sanggar seni bisa menjadikan pelestarian budaya masyarakat lokal. Pemerintah seharusnya memperhatikan akan sarana taman, tempat pertunjukan tradisional, sanggar seni dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan kualitas sosial budaya masyarakat lokal.

Dengan adanya universitas dan beberapa instansi menjadikan kawasan Dago diminati oleh pendatang. Salah satu kawasan yang cukup dipadati pendatang adalah Kawasan Dago Pojok. Dengan adanya pendatang yang menduduki Kawasan Dago Pojok menimbulkan beberapa dampak. Dampak yang ditimbulkan bukan hanya dampak positif, dampak negatif pula yang dibawa oleh pendatang. Semakin sempitnya lapangan kerja yang menyerap masyarakat lokal, karena pihak

pengelola lebih memilih pendatang yang dianggap lebih kompeten dibandingkan masyarakat lokal selain itu, pendatang yang berasal dari berbagai daerah dan budaya tidak selamanya diterima baik oleh masyarakat lokal karena adanya perbedaan budaya antara masyarakat lokal dan pendatang.

Pihak pengelola yang lebih memilih pendatang sebagai tenaga kerjanya, membuat kecemburuan sosial di antara masyarakat lokal dan pendatang. Sempitnya lapangan pekerjaan dan kurangnya komunikasi antara masyarakat lokal dan pendatang menjadikan penyebab tawuran di Kawasan Dago Pojok. Tingkat kriminalitas yang cukup tinggi pula yang menjadi masalah di kawasan ini, karena sempitnya lapangan pekerjaan yang menyerap tenaga masyarakat lokal. Seperti yang telah disebutkan di atas, masyarakat adalah aspek yang cukup penting dalam pembangunan dan perkembangan di kawasan wisata yang sedang berkembang dewasa ini.

Padahal dalam visi misi kelurahan Dago menyatakan bahwa harus adanya upaya-upaya yang mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan di kawasan Dago. Beberapa misi yang dirumuskan antara lain: menggali potensi masyarakat lokal, mendorong masyarakat lokal ke arah yang lebih maju, menumbuhkan potensi pendidikan, ekonomi, lingkungan dan sosial budaya, dan mengembangkan kegiatan ekonomi yang lebih produktif. Salah satu upaya dalam mewujudkan misi yang dirumuskan oleh Kelurahan Dago adalah mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif untuk menciptakan kreativitas dan melestarikan nilai-nilai seni budaya yang memiliki nilai ekonomi.

Ekonomi kreatif dan pariwisata adalah dua hal yang saling berkaitan, di Indonesia ekonomi kreatif dan pariwisata ditangani oleh satu kementerian, yakni Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang disingkat menjadi Kemenparekraf. Sedangkan menurut Ooi dan Yoeti (dalam Suparwoko, 2010, hlm. 5) yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata” menyebutkan bahwa:

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do* dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata,

sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat termasuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk inovatif khas daerah.

Kampung Wisata Dago Pojok adalah salah satu industri kreatif yang ada di kawasan Dago. Kampung wisata ini dibentuk karena hilangnya humanitas masyarakat lokal yang disebabkan beberapa hal yang sebelumnya telah dibahas di atas. Selain itu kampung wisata ini mampu membantu mewujudkan visi dan misi kelurahan Dago dengan menyertakan masyarakat dalam kegiatannya. Kampung wisata dago pojok juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan setelah Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang saat itu dijabat oleh Marie Eka Pangestu dan Walikota Bandung Ridwan Kamil mengunjungi kawasan ini. Kawasan wisata ini juga menjadikan aspek seni budaya sebagai daya tariknya.

Banyak yang dapat dilakukan wisatawan di kampung ini, dengan memiliki konsep yang unik yaitu wisata kampung, wisatawan diajak untuk menelusuri gang yang ada, melihat mural di beberapa dinding-dinding rumah warga lokal, beberapa warga pun ada yang membudidayakan tanaman-tanaman obat dan hias, sehingga wisatawan dapat belajar akan tanaman hias dan obat. Selain berwisata kampung, wisatawan yang datang yang umumnya berkelompok akan diberikan seminar pendek akan industri kreatif yang ada di Kampung Wisata Dago Pojok. Bila wisatawan ingin turut mengapresiasi kreativitasnya, wisatawan dapat turut melukis mural di salah satu dinding. Buah tangan yang dapat dibawa oleh wisatawanpun cukup unik, wisatawan dapat membeli patung-patung kecil yang dibuat oleh masyarakat lokal, yang menjadi unik yakni patung-patung kecil tersebut dibuat berbeda dan tidak ada yang sama motif maupun warnanya. Selain itu apabila wisatawan datang pada hari libur yakni sabtu hingga minggu dapat melihat secara langsung proses latihan warga dan anak-anak dalam melastarkan kesenian dan kebudayaan setempatnya.

Kawasan Dago Pojok yang awalnya terlihat semerawut, kini sudah banyak berubah. Terdapat pemandangan yang cukup menarik, yaitu berupa mural beraneka warna yang menghiasi rumah warga dan gang-gang yang berada di kawasan Dago Pojok, mural tersebut merupakan hasil karya masyarakat sekitar, sehingga tempat tinggal mereka terlihat menjadi indah. Banyak perubahan yang

terjadi setelah adanya kampung wisata yang menitikberatkan dalam partisipasi masyarakat dalam aktivitasnya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melaksanakan penelitian dengan judul: **“Peranan Industri Kreatif terhadap Perbaikan Kondisi Sosial Budaya di Kampung Wisata Dago Pojok Kota Bandung”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja industri kreatif yang ada di Kampung Wisata Dago Pojok?
2. Bagaimana kondisi sosial budaya sebelum dan sesudah adanya Kampung Wisata Dago Pojok berdasarkan persepsi masyarakat?
3. Bagaimana peranan industri kreatif terhadap perbaikan kondisi sosial budaya di Kampung Wisata Dago Pojok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah:

1. Mengidentifikasi industri kreatif yang ada di Kampung Wisata Dago Pojok.
2. Menganalisis kondisi sosial budaya sebelum dan sesudah adanya Kampung Wisata Dago Pojok.
3. Menganalisis seberapa besar peranan industri kreatif terhadap perbaikan kondisi sosial budaya di Kampung Wisata Dago Pojok.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya yaitu:

1. Bagi sektor pariwisata memberikan informasi mengenai pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis industri kreatif.
2. Bagi pihak terkait untuk membantu dalam pengambilan keputusan pada saat industri kreatif ini akan dikembangkan.

3. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2014/2015, maka sistematika penulisan ini adalah:

1. **BAB I Pendahuluan**
Berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.
2. **BAB II Kajian Pustaka**
Pada bab ini memiliki peran yang penting. Dengan memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian.
3. **BAB III Metode Penelitian**
Berisikan desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.
4. **BAB IV Temuan dan Bahasan**
Berisi tentang temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan hingga analisis data dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian.
5. **BAB V Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi**
Menyajikan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.
6. **Daftar Pustaka**
Memuat sumber-sumber yang mendukung dalam penelitian ini.